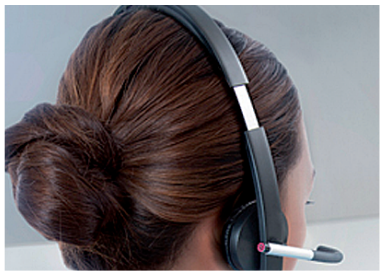


Choisir le bon casque pour une utilisation professionnelle:

Le coût et les performances comptent

FROST & SULLIVAN

Un livre blanc de Frost & Sullivan

Introduction **3**

La collaboration est aujourd'hui un moteur de l'activité **3**

Les casques sont un outil essentiel dans l'espace de travail moderne **5**

Les casques à bas prix doivent offrir des performances de qualité **7**

Conclusion **9**

INTRODUCTION

Alors que l'utilisation des applications téléphoniques, des services de conférence et des clients de communications unifiées se généralise dans les entreprises, celles-ci commencent à reconnaître l'intérêt d'équiper l'ensemble de leurs utilisateurs finaux et pas seulement les agents de centre de contact ou les cadres et chefs d'équipe. À tous les niveaux de l'organisation, les travailleurs du savoir peuvent profiter des avantages du casque: une qualité supérieure du son et de la voix, des communications plus nettes, la participation à des conférences en mode mains libres et une productivité accrue. Leurs employeurs, quant à eux, constatent un meilleur RSI sur les casques, mais aussi sur toutes leurs applications de communications et de collaboration.

En effet, l'étude menée par Frost & Sullivan révèle qu'un nombre croissant d'entreprises adoptent les casques pour répondre à la hausse des communications basées sur PC. Il est prévu que le nombre de casques UC achetés pour une utilisation en entreprise augmente selon un taux TCAC de 23,1 % entre 2013 et 2020. Derrière cette progression se cache une raison majeure: il est prévu que le nombre de clients de communications PC activés soit multiplié par trois dans les cinq prochaines années et les employés qui utiliseront cette nouvelle technologie auront besoin de casques pour profiter pleinement de leurs applications UCC.

Alors que le besoin en casques continue à se répandre dans toutes les fonctions des entreprises, celles-ci doivent être attentives aux coûts des nouveaux périphériques qu'elles déploient. Les pressions tarifaires font partie des trois préoccupations principales des décideurs lorsqu'ils envisagent d'acheter des casques. Mais même si le prix des casques est actuellement en baisse, certains acheteurs ont constaté que les dispositifs à bas prix n'offrent pas la qualité qu'ils attendent et que leurs utilisateurs exigent. Les conséquences de cette qualité médiocre peuvent être désastreuses: si la qualité audio et vocale n'est pas au rendez-vous, les employés cessent d'utiliser les outils UC et leur employeur ne bénéficie ni des avantages ni du RSI escomptés.

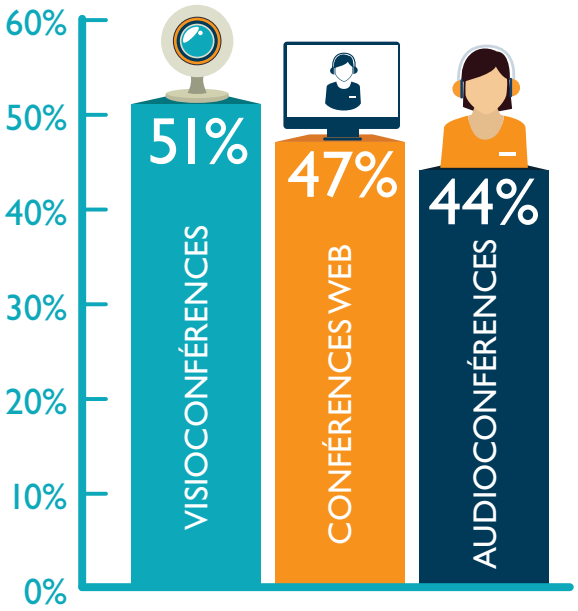
Ce document présente les tendances de l'utilisation du casque en entreprise aujourd'hui et dans les années à venir, aborde les avantages des casques dans un contexte où les communications PC sont en plein essor, propose des informations précieuses sur les écueils liés à l'utilisation d'un dispositif de mauvaise qualité et énonce les meilleures pratiques pour tirer le maximum des investissements les plus modestes.

LA COLLABORATION EST AUJOURD'HUI UN MOTEUR DE L'ACTIVITÉ

Incontestablement, les entreprises ont accepté l'idée d'équiper leur environnement pour faciliter le travail à distance et virtuel, ce qui permet de stimuler la productivité des employés et d'améliorer les résultats financiers. D'après une étude récente de Frost & Sullivan menée auprès de plus de 1 000 décideurs informatiques aux États-Unis et en Europe, en moyenne, plus d'un tiers des employés travaillent régulièrement à distance ou pendant leurs déplacements professionnels.

Source: Frost & Sullivan

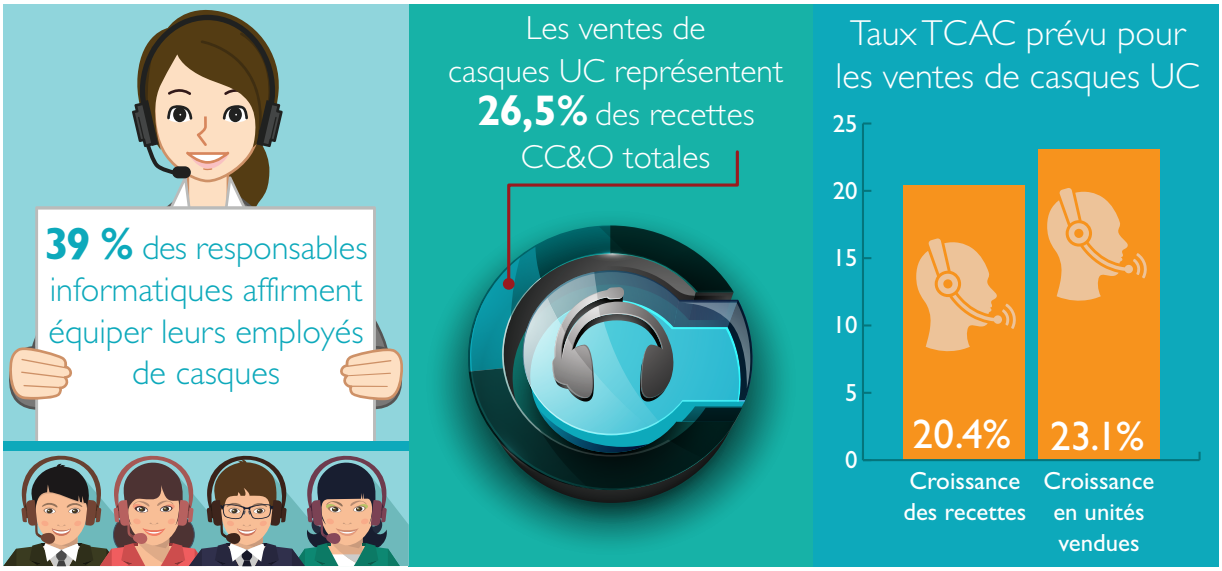
Face à cette mutation, les entreprises de toutes tailles ont adopté les communications unifiées, notamment le Voice over IP (VoIP) et les conférences audio, vidéo et Web. Ces outils permettent aux employés de communiquer et de collaborer avec leurs collègues, les fournisseurs et les clients de n'importe où et depuis n'importe quel dispositif, facilement et à moindre coût. Aujourd'hui, plus de la moitié des entreprises aux États-Unis et en Europe utilisent les visioconférences, 47 % utilisent les conférences Web et 44 % utilisent les audioconférences autonomes (par opposition aux grands événements vidéo ou Web).



Source: Frost & Sullivan

Ces formes avancées de communications et de collaboration, combinées aux nouvelles habitudes des employés qui travaillent régulièrement depuis des espaces "publics", par exemple des open spaces, des tables de cuisine, des zones d'embarquement à l'aéroport et des halls d'hôtel, sont bien plus efficaces si les employés sont équipés d'un casque, lequel réduit les perturbations, restitue la voix et le son plus fidèlement et améliore globalement la productivité et l'efficacité.

Les entreprises sont de plus en plus conscientes des avantages que représentent les casques, à la fois pour les utilisateurs finaux et les services informatiques, dans un nouvel environnement de communications basé sur logiciel. Par conséquent, elles équipent davantage d'employés. Auparavant, les casques étaient réservés aux agents de centre de contact, aux cadres et au personnel administratif, mais aujourd'hui les travailleurs du savoir demandent aussi à être équipés (ce qui leur est souvent accordé) afin d'être plus productifs et efficaces dans leur travail. Actuellement, 39 % des responsables informatiques affirment équiper leurs employés de casques et les ventes de casques UC représentent 26,5 % des recettes totales des casques CC&O (Contact Center & Office). Il est prévu que ce pourcentage continue à croître selon un taux TCAC de 23,1 % en termes d'unités vendues et 20,4 % en termes de recettes au cours des prochaines années.



Source: Frost & Sullivan

LES CASQUES SONT UN OUTIL ESSENTIEL DANS L'ESPACE DE TRAVAIL MODERNE

Aujourd'hui, les travailleurs du savoir évoluent dans des conditions bien différentes qu'il y a encore quelques années. En parallèle, le nombre de conférences audio, vidéo et Web combinées auxquelles les employés participent augmente. Les entreprises adoptent rapidement les technologies UC: l'étude de Frost & Sullivan révèle qu'elles font partie des outils de communications et de collaboration les plus utilisés en entreprise actuellement. De manière plus simple et rentable, ces applications mettent en relation les employés, les partenaires et les clients dans le monde entier, où qu'ils soient situés, et les dispensent de tout déplacement coûteux et chronophage.

Les employés utilisent de plus en plus ces services depuis leur ordinateur de bureau plutôt que dans les salles de conférence ou les bureaux fermés. Comme toutes les réunions virtuelles nécessitent du son, cette nouvelle manière de travailler ajoute une contrainte pour les entreprises qui doivent s'assurer que les employés restent aussi efficaces que possible lors de leurs appels Web, vidéo et audio. Le principal enjeu reste de pouvoir entendre les autres participants. Dans l'idéal, il faut que la qualité du son soit équivalente à celle dont les participants bénéficieraient s'ils se trouvaient tous dans la même salle. La qualité de la voix de l'intervenant est tout aussi importante: les intervenants veulent être entendus clairement par les participants, et ce quoi qu'il se passe autour d'eux. Cela souligne la nécessité d'un son haute fidélité, mais aussi d'une fonction d'élimination du bruit de fond inhérent aux espaces publics.

Le casque permet également de libérer les mains de l'utilisateur, qui n'est plus esclave du téléphone filaire classique. Cet aspect est essentiel pendant les conférences Web, au cours desquelles la saisie est une activité souvent indispensable (les participants annotent des documents, saisissent des questions et participent aux fonctions de chat des applications). De même, lors des appels vidéo, les participants peuvent illustrer leurs propos en images. Lors des appels en mode audio seul, les appelants peuvent effectuer plusieurs tâches en même temps, comme rechercher des documents ou consulter des données.

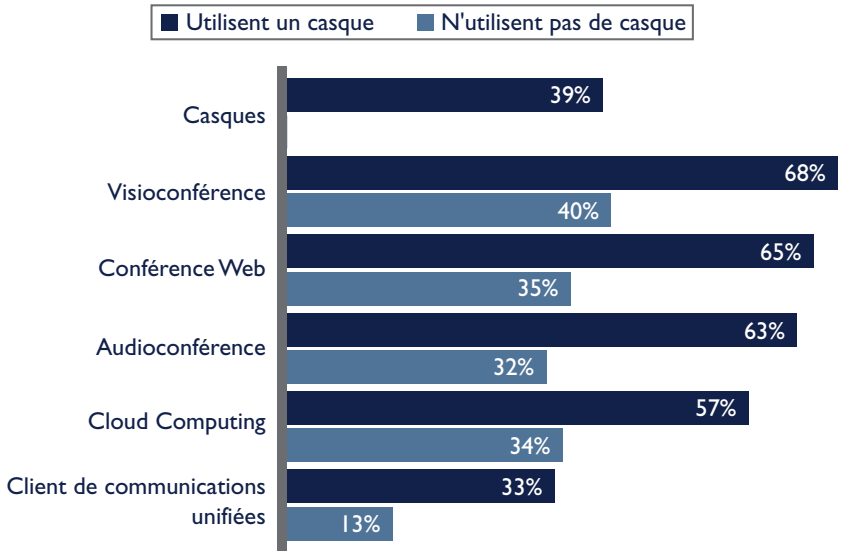
> Les casques sans fil continuent de progresser dans les bureaux. On estime qu'ils représentent plus de 30 % des unités de casque professionnel vendues en 2013. Ces dispositifs légèrement plus coûteux permettent aux utilisateurs d'être libres de leurs mouvements lorsqu'ils participent à des conférences à plusieurs participants et d'échanger avec les gens tout en épluchant des données.

En outre, les casques offrent des avantages en matière d'ergonomie. Le combiné de téléphone calé entre la tête et l'épaule, c'est heureusement fini: étant donné que les employés utilisent davantage de fonctions Web et vidéo et travaillent plus souvent avec des collègues d'un autre site ou des clients, ils passent plus de temps sur des appels téléphoniques interactifs. Dans ce cadre, les casques aident à rendre les réunions aussi productives que possible.

Enfin, l'étude de Frost & Sullivan indique que les utilisateurs de casque profitent des outils UCC bien plus souvent que ceux qui n'ont pas de casques. 68 % des utilisateurs de casque utilisent la visioconférence (contre 40 % des employés qui n'utilisent pas de casque); 65 % utilisent la conférence Web (contre 35 %); 63 % utilisent l'audioconférence (contre 33 %); 57 % utilisent le cloud computing (contre 34 %) et 33 % utilisent des clients UC (contre un chiffre ridicule de 13 %).

Figure 1 - Technologies d'entreprise, échantillon total comparé aux utilisateurs de casque

Actuellement, 39 % des décideurs informatiques utilisent des casques. Selon les statistiques, ces mêmes décideurs ont davantage recours à d'autres technologies d'entreprise que ceux qui n'utilisent pas de casques.



Source: Frost & Sullivan

Les entreprises qui investissent dans des casques en même temps que dans des applications UC pourront certainement obtenir un bien meilleur retour sur investissement (RSI), à la fois sur les dispositifs et les applications, et leurs employés exploiteront les UC de façon plus fréquente et efficace.

LES CASQUES À BAS PRIX DOIVENT OFFRIR DES PERFORMANCES DE QUALITÉ

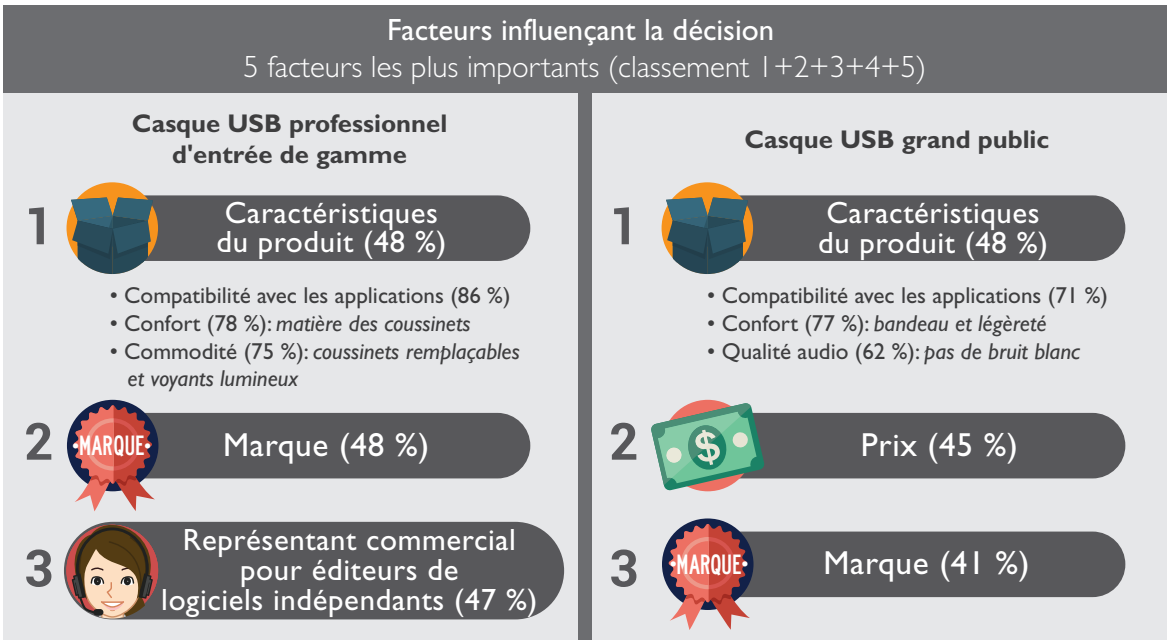
L'adoption croissante des communications UC et PC transforme le casque qui était jusque là un accessoire secondaire en objet indispensable dans la panoplie de tout travailleur du savoir. Mais si davantage d'entreprises cherchent à équiper le plus grand nombre d'utilisateurs, elles doivent garder un œil sur les prix. Alors que les dispositifs haut de gamme sont adaptés à certains utilisateurs (les agents de centre de contact et les employés administratifs entre autres), la plupart des travailleurs du savoir ont besoin d'une solution d'entrée de gamme qui leur permet de se concentrer sur une seule chose: le sujet de l'appel auquel ils participent, et non les spécifications de leur casque.

Trop souvent, cependant, les responsables informatiques et les directeurs ne font pas attention à la qualité des casques qu'ils achètent pour un large public. Le prix compte, mais les performances aussi. En entrée de gamme, les fioritures doivent s'effacer au profit de la qualité et de la fidélité audio. En outre, les casques à bas prix doivent être suffisamment résistants pour supporter une utilisation répétée, suffisamment simples pour être utilisés sans manuel d'instructions et suffisamment confortables pour que les employés puissent les porter toute la journée durant.

Si un casque ne répond pas aux attentes, c'est-à-dire offrir un son clair et précis tout en éliminant les bruits de fond et en maintenant un environnement de travail agréable, les employés ne l'utiliseront pas. Dans ce cas, non seulement l'investissement engagé dans les dispositifs sera perdu, mais il ira de même pour l'argent engagé dans les applications et services UCC que les casques sont supposés compléter et rendre encore plus efficaces.

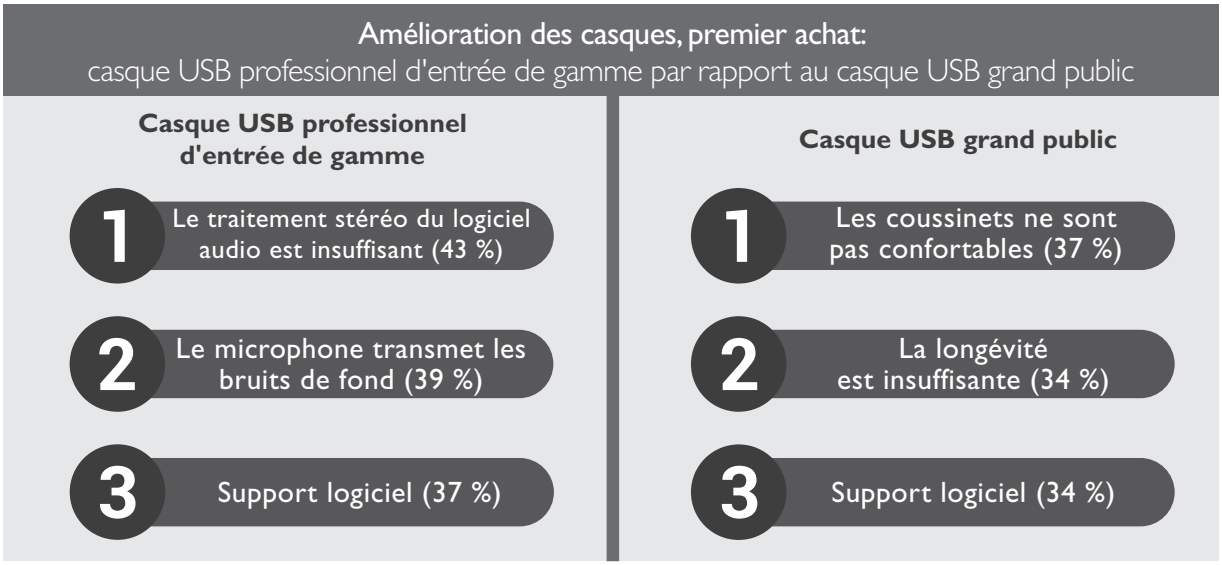
Une étude récente menée par le fabricant de casques Logitech révèle un décalage entre les attentes des utilisateurs et la réalité en ce qui concerne les casques USB grand public déployés dans un environnement d'entreprise. De nombreux casques grand public ne sont pas conçus pour l'utilisation intensive qu'en font les communicants professionnels et n'offrent pas de fonctionnalités avancées qui font gagner les communications UC en fluidité, comme l'option Décrocher/Raccrocher ou le son professionnel DSP. En effet, l'étude indique que même si le "confort" constitue l'une des caractéristiques clés que les acheteurs recherchent dans un casque grand public, cette qualité ne fait pas partie des avantages du produit qu'ils achètent. L'étude montre également qu'un autre critère principal, à savoir la longévité, n'est pas à la hauteur des attentes, ce qui renforce l'idée que le prix ne devrait pas être le facteur déterminant dans le choix d'un casque. Les entreprises qui recherchent le dispositif le moins cher doivent être conscientes qu'elles se privent peut-être de fonctions critiques, ce qui peut entraîner une baisse de l'utilisation et nécessiter de remplacer les dispositifs par un nouveau modèle.

Figure 2 - Critères d'achat des casques


Facteurs influençant la décision
5 facteurs les plus importants (classement 1+2+3+4+5)
Casque USB professionnel d'entrée de gamme
1
Caractéristiques du produit (48 %)
• Compatibilité avec les applications (86 %)
• Confort (78 %): matière des coussinets
• Commodité (75 %): coussinets remplaçables et voyants lumineux
2
MARQUE
Marque (48 %)
3
Représentant commercial pour éditeurs de logiciels indépendants (47 %)
Casque USB grand public
1
Caractéristiques du produit (48 %)
• Compatibilité avec les applications (71 %)
• Confort (77 %): bandeau et légèreté
• Qualité audio (62 %): pas de bruit blanc
2
Prix (45 %)
3
MARQUE
Marque (41 %)

Source: Logitech

Figure 3 - Amélioration des casques, premier achat: casque USB professionnel d'entrée de gamme par rapport au casque USB grand public


Amélioration des casques, premier achat:
casque USB professionnel d'entrée de gamme par rapport au casque USB grand public
Casque USB professionnel d'entrée de gamme
1
Le traitement stéréo du logiciel audio est insuffisant (43 %)
2
Le microphone transmet les bruits de fond (39 %)
3
Support logiciel (37 %)
Casque USB grand public
1
Les coussinets ne sont pas confortables (37 %)
2
La longévité est insuffisante (34 %)
3
Support logiciel (34 %)

Source: Logitech

CARACTERISTIQUES IMPORTANTES POUR UN CASQUE DESTINÉ AU PLUS GRAND NOMBRE

- Certification et optimisation pour les plates-formes UC
- Confort
- Entrée et sortie audio de haute qualité
- Conception résistante
- Simplicité d'utilisation
- Savoir-faire historique du fournisseur
- Faible coût
- Commandes intégrées

Lorsque vous achetez des casques pour un grand nombre de travailleurs du savoir, il est préférable de s'adresser à un fournisseur ayant une longue expérience sur le marché des casques plutôt qu'à un fabricant bas de gamme. Un fournisseur d'entreprises proposera des options abordables qui reposent sur la même technologie que celle développée pour leurs modèles haut de gamme. Ainsi, les caractéristiques de base du dispositif seront satisfaisantes et garantiront une expérience haute qualité qui répondra aux attentes.

Veillez également à ce que le casque ait été optimisé pour les UC. Ainsi, les applications et les services de communications et de collaboration d'entreprise seront rentabilisées au maximum et les casques répondront à tous vos besoins en matière d'UC. De plus, cette optimisation pour les UC assure une meilleure expérience utilisateur grâce aux commandes intégrées (Appeler, Répondre et Sourdine) directement à portée de main.

LE CHOIX DES WEBCAMS EST TOUT AUSSI IMPORTANT

Les webcams HD externes offrent une image claire et précise aux participants de visioconférence qui tirent ainsi pleinement parti de leurs applications UC. Contrairement aux caméras PC intégrées, les webcams peuvent être réglées selon les besoins spécifiques d'un utilisateur et de son environnement et assurer que les participants de la réunion puissent lire les expressions du visage et le langage du corps, voir les documents et les produits qui font l'objet de la discussion et s'épargner toute distraction extérieure. Lorsque vous choisissez une webcam externe à bas prix, recherchez un produit qui soit certifié et optimisé pour une plate-forme et des applications et qui propose la qualité HD, la mise au point automatique, de bonnes performances dans des conditions d'éclairage faible et un objectif grand angle.

CONCLUSION

Aujourd'hui dans le monde de l'entreprise, les casques créent un espace privé et personnel au sein d'un environnement communautaire. En éliminant les bruits de fond et en améliorant la fidélité du son et de la voix, ils permettent aux employés de profiter au maximum de leurs réunions virtuelles. Plus besoin de demander de répéter ce qui vient d'être dit, de s'efforcer de comprendre le contexte quand des mots nous échappent ou de lutter pour rester focalisé sur le sujet de la discussion. Les casques permettent aux utilisateurs de se concentrer sur le contenu de la discussion, pour une participation et une productivité optimales. Ainsi, le retour sur investissement augmente, pas seulement sur les casques, mais aussi sur les applications et les services qu'ils viennent compléter.

Par conséquent, les entreprises bien avisées équipent tous leurs travailleurs du savoir, dans l'ensemble de l'organisation. Pour rentabiliser leur investissement au maximum, les responsables doivent rechercher des casques à bas prix qui offrent un son haute qualité et peuvent supporter une utilisation constante dans un environnement de travail ouvert.

Auckland
Bahrain
Bangkok
Beijing
Bengaluru
Buenos Aires
Cape Town
Chennai
Colombo
Delhi/NCR
Detroit
Dubai
Frankfurt
Houston
Iskander Malaysia/Johor Bahru
Istanbul
Jakarta
Kolkata
Kuala Lumpur
London
Manhattan
Miami
Milan
Mumbai
Moscow
Oxford
Paris
Pune
Rockville Centre
San Antonio
São Paulo
Seoul
Shanghai
Shenzhen
Silicon Valley
Singapore
Sophia Antipolis
Sydney
Taipei
Tel Aviv
Tokyo
Toronto
Warsaw

Silicon Valley
331 E. Evelyn Ave., Suite 100
Mountain View, CA 94041
Tel 650.475.4500
Fax 650.475.1570

San Antonio
7550 West Interstate 10,
Suite 400
San Antonio, TX 78229
Tel 210.348.1000
Fax 210.348.1003

London
4 Grosvenor Gardens
London SWIW 0DH
Tel +44 (0)20 7343 8383
Fax +44 (0)20 7730 3343

MELANIE TUREK
Vice President | Enterprise Communications | Frost & Sullivan
P: 970.871.6110
E: melanie.turek@frost.com

877.GoFrost
myfrost@frost.com
www.frost.com

Frost & Sullivan, the Growth Partnership Company, works in collaboration with clients to leverage visionary innovation that addresses the global challenges and related growth opportunities that will make or break today's market participants. For more than 50 years, we have been developing growth strategies for the Global 1000, emerging businesses, the public sector and the investment community. Is your organization prepared for the next profound wave of industry convergence, disruptive technologies, increasing competitive intensity, Mega Trends, breakthrough best practices, changing customer dynamics and emerging economies?

For information regarding permission, write:
Frost & Sullivan
331 E. Evelyn Ave., Suite 100
Mountain View, CA 94041